AYMERIC MANTOUX
EMMANUEL RUBIN

LE LIVRE NOIR DE LA GASTRONOMIE FRANÇAISE



Flammarion

AYMERIC MANTOUX
EMMANUEL RUBIN

LE LIVRE NOIR DE LA GASTRONOMIE FRANÇAISE

Dans aucun autre pays au monde que la France, la gastronomie ne fait l'objet d'autant d'intérêt et d'attention. Mais ce qu'on découvre en soulevant les couvercles des marmites des grandes tables comme des restaurants de quartier n'est guère appétissant. La mainmise des multinationales, l'appât du gain et des parts de marché sont en train de tuer la cuisine française. C'est ce que démontre cette enquête qui en dévoile, pour la première fois, les coulisses.

Guides gastronomiques corrompus, chefs soumis aux diktats des géants de l'agroalimentaire, chroniqueurs cornaqués par la grande distribution, collusions entre cuisiniers et politiques, ce ne sont que rivalités, jeux de pouvoir, haines et passions. Nulle part ailleurs l'influence se concentre en si peu de mains. Politiques, industriels et chefs étoilés partagent sur fond de loges maçonniques un mot d'ordre unique : toujours plus, toujours pour les mêmes.

Alors que la gastronomie française vient de faire son entrée au patrimoine mondial de l'UNESCO, il est temps de s'intéresser au phénomène du food business dans notre pays, et de percer les secrets d'un univers où l'omerta est la règle.

Ouvrez le terroir-caisse !

Aymeric Mantoux est rédacteur en chef du magazine L'Optimum *et chroniqueur dans* Goûts de luxe *sur BFM. Il a également publié plusieurs essais économiques et politiques dont* Voyage au pays des ultra-riches*.*
Emmanuel Rubin est directeur de la rédaction de L'Optimum*, chroniqueur gastronomique au* Figaroscope *et à BFM depuis vingt ans. Ses avis font autorité. Cofondateur du Bureau du Fooding, il est aussi l'auteur de nombreux guides et ouvrages sur les restaurants et la cuisine.*

Flammarion

11-II N Création Studio Flammarion Couvert © Flammarion

Le Livre noir de la gastronomie française

Des mêmes auteurs

Aymeric Mantoux

Voyage au pays des ultra-riches, Flammarion, 2010
NRJ, l'empire des ondes, Enquête dans les coulisses de la première radio de France, Mille et Une Nuits, 2008 (avec Benoist Simmat)
Bernard Kouchner vu par…, Calmann-Lévy, 2008 (avec Emmanuel Rubin)
Infiltrés, 403 jours au cœur du PS et de l'UMP, Privé, 2007 (avec Baudoin Eschapasse)
Ségolène Royal, la dame aux deux visages, L'Archipel, 2006 (avec Benoist Simmat)
L'Homme qui s'aimait trop, L'Archipel, 2005 (avec Yves Derai)
Food business, First, 2004 (avec Luc Dubanchet et Emmanuel Rubin)
Souk Food, Agnès Viénot Éditions, 2004
Jean-Pierre Raffarin, L'Homme que personne n'attendait, Le Cherche Midi, 2002

Emmanuel Rubin

Bernard Kouchner ou pas..., Calmann-Lévy, 2008 (avec Aymeric Mautoux)
Cantines, Agnès Viénot éditions/Perrin, 2006 (avec Sébastien Demorand)
Fooding, le dico, Albin Michel, 2004 (avec Alexandre Cammas)
Paris des envies gourmandes, Flammarion, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003

Aymeric Mantoux et Emmanuel Rubin

Le Livre noir de la gastronomie française

Flammarion

Ouvrage publié sous la direction de Laurent Léger

ISBN : 978-2-0812-5268-4

Entrée

« Nous commençons par manger de la merde, ce qui contribue à produire l'or des empoisonneurs. »

Michel Onfray, philosophe [1]

1. *Marianne*, n°712, du 11 au 17 décembre 2010.

Dubaï, 26 novembre 2010, 19 heures. Sous le ciel étoilé digne des mille et une nuits, une file de limousines longue comme un jour sans caviar s'étire le long de la palme, jusqu'à l'entrée du One&Only The Palm. Il y a l'affluence des grands soirs pour l'inauguration du Stay, le restaurant que le chef étoilé Yannick Alléno a conçu au sein du nouveau cinq étoiles de l'émirat. En grande tenue traditionnelle, Alléno sourit et accueille chaleureusement les invités. Surtout Cheikh Ahmed al-Maktoum, l'un des membres de la famille princière de Dubaï, en *dish dash*. Mais aussi Yves Carcelle, le président de Louis Vuitton. Autour, une armada de serveurs virevoltent avec leurs plateaux d'argent recouverts de forêts de flûtes de champagne. Des buffets aussi beaux que bons, réalisés par les équipes d'Alléno, rivalisent de créativité, à mi-chemin entre orient et occident. Les six cents invités, émerveillés, déambulent dans ce loft contemporain posé sur le front de mer, aux allures de marina pour jet-setteurs. C'est à l'initiative des propriétaires du groupe hôtelier One&Only que le triple étoilé parisien a élaboré un nouveau concept de « simple table », une gastronomie contemporaine décomplexée, après examen des candidatures de nombreux grands chefs français. C'est ainsi que, loin des regards des critiques gastronomiques français,

s'écrit sur le sable une nouvelle page de la mondialisation culinaire.

Au même moment, en France, un peu plus de 5 millions de téléspectateurs regardent *Masterchef* sur TF1 en s'empiffrant de pizzas surgelées. Le constat de ce fossé peut sembler exagéré. Il ne l'est hélas pas tant que cela. C'est ce que ce livre entend démontrer. Derrière le visage riant, sympathique, heureux et inoffensif que présente la gastronomie française, se présente une face moins appétissante où la qualité importe peu et où le profit à tout prix est la règle. C'est le grand paradoxe de cet « art de vivre » que le monde entier semble continuer de nous envier. Ce qui se cache dans l'interstice est l'objet de cette longue enquête. La part d'ombre de la gastronomie française n'avait jamais été investiguée, c'est désormais chose faite.

Officiellement, la folie « food » frappe la France. Des apprentis marmitons en prime time, les émissions de reportages des principales chaînes rivalisant de sujets sur les produits de nos marchés, les coulisses des étoilés Michelin ou les ventes miraculeuses d'un mystérieux robot-mixeur qui, à plus de 1000 euros, s'arrache comme des petits pains chez les ménagères… il n'est pas jusqu'au très sérieux *Figaro* pour consacrer sa une [1] à l'arrivée d'un nouveau chef à la Tour d'argent, le cultissime restaurant parisien. Certes, on savait notre bon vieux pays recroquevillé sur son terroir, sur sa nouvelle cuisine – qui ne l'est plus justement –, sur ses vins, comme un coq sur ses ergots. Seulement le voilà déplumé, le pauvre oiseau, il a perdu de la superbe. Pourtant, on se lance des joutes à la « Dîner presque parfait », entre amis, et les échos des prochains étoilés ou des prochains recalés sont disséqués comme les potins des people. Jamais on a autant vu d'émissions de télévision consacrées

1. *Le Figaro*, 28 août 2010.

à la cuisine, autant publié de livres consacrés à ce sujet, ne se seront autant lus d'articles sur les arts culinaires. Jamais les politiques ne se seront autant emparés du sujet. Jamais les blogs et les recettes de cuisine sur Internet n'auront été si nombreux. Plus de mille deux cents sont ainsi référencés en France.

Pourtant, on n'a jamais cuisiné aussi peu dans les foyers français. Trente-huit minutes en moyenne contre trois heures il n'y a encore pas si longtemps. D'ailleurs, le premier restaurant de France est américain, il s'appelle McDonald's, un géant du fast-food pour lequel l'hexagone est le deuxième marché au monde. Presqu'une insulte à notre patrimoine national. Cela n'a cependant pas empêché l'inscription du « repas gastronomique français » au patrimoine mondial de l'UNESCO. Fin 2010, pas moins de quatre hebdomadaires ont consacré leur une à la cuisine qui « redevient tendance [1] », aux « nouveaux secrets de la France gourmande [2] » en passant par « la folie cuisine [3] » et « le bonheur est dans la cuisine [4] ». Nos pratiques culinaires sont disséquées partout et l'art de la bonne table et de la bonne chère est vanté partout, professionnellement, en famille, dans les médias. Jamais le discours sur « le boire et le manger » n'a été aussi prégnant dans la société française. Que penser de ce soi-disant sursaut gastronomique hexagonal ? Et si comme Hannibal nous nous étions endormis dans les délices de Capoue ?

Pour mieux comprendre, il est bon de rappeler que, dans notre pays, la gastronomie et ses ramifications dans l'agroalimentaire ou le tourisme représentent avant toutes choses

1. *Marianne*, n°712, du 11 au 17 décembre 2010.
2. *Le Point*, n°1995, jeudi 9 décembre 2010.
3. *Courrier international*, n°1501-1052, du 22 décembre 2010 au 5 janvier 2011.
4. *Le Figaro Magazine*, 1er janvier 2011.

un business considérable. Car plus de deux restaurants sur trois ne font plus que de la cuisine d'assemblage à base de produits industriels. Avec plus de 175 000 entreprises, le secteur est florissant : cinquième employeur français[1], il réalise chaque année plus de 50 milliards d'euros de chiffre d'affaires[2]. Il est donc temps d'arrêter de croire que le « food business » n'est rien. L'impact du secteur dans notre économie et notre société est déterminant, sa réalité est bien différente des idées reçues, véhiculées par les journaux télévisés. Il n'est pas constitué uniquement de restaurateurs artisans qui travaillent bien et étouffent sous les charges, loin de là.

La restauration, c'est un art, certes, mais cela représente aussi la première sortie des français et un vaste secteur économique où les luttes sont sauvages. Chaque année, 8,9 milliards[3] de repas sont consommés hors domicile, soit plus de cent cinquante repas par an et par Français, un budget de 2 900 euros par ménage. Et un chiffre d'affaires considérable qui fait des envieux : il y a, dans cet univers impitoyable à la Dallas, une concentration et une mondialisation des pouvoirs. Les clients consommateurs doivent donc savoir ce qu'il se passe, en salle comme en cuisine, même si ce n'est pas toujours très propre. Cette enquête, qui vise à rendre transparents les rapports entre les chefs et leurs clients, entre le monde des affaires et de la cuisine, leur est donc dédiée. Nous levons le voile sur ces rapports d'amour-haine, voire de passion, que suscite la gastronomie en France. Le dossier est explosif, car la cuisine, derrière son côté « paillettes », est un secteur économique tenu par les grands groupes et des multinationales, plus puissantes que les artistes ou les journalistes.

1. editions.campusfrance.org/filieres/fr/restauration_fr.pdf.
2. editions.campusfrance.org/filieres/fr/restauration_fr.pdf.
3. www.girafoodservice.com.

Jadis déconsidérés, les chefs sont devenus des stars à la tête de richissimes PME. Ils s'affichent à la télévision, dans la publicité, sur des tabliers ou des emballages de plats surgelés, un phénomène qui a considérablement chamboulé l'univers de la gastronomie et de la restauration. Et qui affecte bien plus largement qu'on ne voudrait le croire notre façon de manger et de nous comporter avec la cuisine. Si comme l'écrivait le philosophe allemand Feuerbach, « l'homme est ce qu'il mange », il est urgent de savoir comment et pourquoi. La gastronomie est devenue un sujet si important dans notre société contemporaine qu'elle ne peut se limiter à un repas sur une nappe blanche accompagné de grands crus. Elle est un outil puissant pour modifier la face du monde, comme le souligne Alain Ducasse dans son *Dictionnaire amoureux de la cuisine*[1] : « De tous les phénomènes socioculturels que l'on peut analyser et répertorier, la cuisine, au-delà de l'alimentation, est le phénomène qui rend au mieux compte de la vie d'une communauté, dans l'espace et dans le temps. » Nous voilà bien.

1. Plon, 2003.

1

Trop cathodiques pour être vrais

> « Nous avons tous à gagner de telles émissions. On doit juste arrêter de dire aux gens que cuisiner est facile. »
>
> Eckart Witzigmann [1], chef étoilé allemand

1. *Le Magicien d'El Bulli, une biographie de Ferran Adria*, de Manfred Weber-Lamberdière, Payot, 2009.

Masterchef*, la* Star Ac *de la bouffe*

« Vous voulez changer de vie ? Rien de mieux que *Masterchef*. Bientôt sur TF1. » L'alléchante proposition est passée pendant la finale de la Coupe du monde de football 2010 sur la première chaîne, dans l'écran publicitaire le plus cher de l'année. C'est dire si la une misait sur ce programme de téléréalité adapté d'un format américain. Tout l'été, des milliers de spots publicitaires ont vanté les mérites de ce programme censé être aussi « gonflé que Vahiné », pour reprendre un célèbre slogan publicitaire pour une marque de levures alimentaires. À la rentrée, il était même difficile de passer à côté de l'« autopromo » de *Masterchef*, comme on l'appelle dans le jargon, un clip alternant flammes et roulements de tambour, ou de ses innombrables affiches « 4 par 3 » placardées dans toute la France. La première chaîne avait choisi les écrans publicitaires les plus regardés de sa grille, après le journal de 20 heures et juste avant le film, pour promouvoir son émission phare de la rentrée.

Pourtant, TF1 avait longtemps snobé les émissions de télé réalité culinaires. La faute notamment à Sophie Dudemaine et à l'échec en 2007 de ses recettes filmées, *Allô*

Sophie, qui avait calmé les ardeurs gastronomiques de la Une. Sans aucun doute, le succès en la matière de sa grande rivale M6 avec *Oui chef !* en 2005, *Un dîner presque parfait* en 2008 et *Top chef* en 2010 a-t-il achevé de convaincre TF1. Après tout, la finale de *Top chef* en juin 2010 avait tout de même réuni plus de 4,2 millions de téléspectateurs, de quoi aiguiser l'appétit des dirigeants de TF1. Ajoutez à cela le transfert de Sylvia Kahn, ex-M6, devenue directrice des magazines sur TF1. Et voilà pourquoi la Une bascule en novembre 2009 et fait son « cooking out ». De plus, les dirigeants de la chaîne de Bouygues n'ont pas eu à aller chercher bien loin le concept, la britannique BBC l'ayant déjà mis à l'antenne, avec succès, en 1992. Le principe est simple : il consiste à sélectionner, parmi des milliers de candidats qui s'affrontent au cours d'épreuves filmées, un espoir de la cuisine. Un procédé largement rebattu dans les émissions de téléréalité qui ont fait florès depuis dix ans.

Masterchef est le *Loft* de la cuisine, la *Star Academy* de la gastronomie. L'idée est la même que le célèbre télécrochet : voir s'opposer, entre rires et larmes, des amateurs désireux d'obtenir rapidement une notoriété qui leur permettra de changer de vie et de devenir des professionnels de leur passion. En l'occurrence, la cuisine. Dix huit mille candidats au départ sur le papier, cent seulement à l'arrivée pour l'épreuve télévisée et, *in fine*, après trois mois d'antenne, un seul gagnant (en l'occurrence une gagnante). Celui-ci reçoit la bagatelle de 100 000 euros et se voit offrir six mois de formation dans une grande école de cuisine, ainsi que la possibilité de publier ses recettes dans un ouvrage édité après la compétition. Pour devenir *Masterchef*, les marmitons, ou apprentis, affrontent les épreuves infligées par un jury qui n'arrive pas à la cheville de celui de M6 : là où *Top chef* alignait des restaurateurs trois étoiles, comme Thierry Marx ou Jean-François Piège, chefs médiatiques,

TF1 peine à présenter Frédéric Anton, un inconnu du grand public quoique émérite chef triplement étoilé au Pré Catelan, Yves Camdeborde, chef de file de la bistronomie parisienne, et Sébastien Demorand, journaliste gastronomique, dont le frère Nicolas est l'une des stars d'Europe 1 et de France 5. Des personnalités pas vraiment médiatiques, donc. À tel point que Frédéric Anton, avec ses faux airs de Bruce Willis dans *48 minutes pour vivre*, a déclaré à un candidat trop exubérant à son goût pendant les présélections : « La cuisine n'est pas un show. » Il a tort. Elle l'est devenue et ce depuis belle lurette. D'ailleurs *Masterchef* ne déroge pas à la règle. Une ancienne fonderie de 10 000 mètres carrés a été réquisitionnée pour les besoins du tournage et reconvertie en cuisine géante après avoir été entièrement rénovée. Les membres du jury ont été très soigneusement castés après de nombreux entretiens et des sollicitations tous azimuts, les éliminatoires ont tous été filmés de façon à fixer pour la postérité les larmes ou les cris de joie des candidats. Un savant dosage, un cocktail nécessaire pour assurer le spectacle et susciter l'émotion des téléspectateurs. Ajoutez à cela douze semaines d'émissions en prime time, une promotion colossale, et vous avez les ingrédients indispensables à un pur produit du télébusiness. Rien à voir donc avec la gastronomie. La cuisine dans cette affaire n'est qu'un prétexte.

Prenons par exemple la composition du jury. Jusqu'ici, Frédéric Anton était le trois étoiles le moins connu de France. L'année où il a reçu trois étoiles, la jeune et jolie Anne-Sophie Pic à Valence recevait les siennes, reléguant Anton loin des lumières des sunlights et du star-system. Et voilà qu'Anton accède grâce à *Masterchef* à une notoriété qui a longtemps été réservée à ses pairs. Ce en quelques mois, pour un fait d'armes qui n'a rien à voir avec son talent de meilleur ouvrier de France. Il n'était d'ailleurs pas,

loin de là, le premier choix de la production ni de TF1. Approchés, Pierre Gagnaire, Alain Ducasse et un certain nombre de chefs parmi les plus illustres ont refusé de faire partie du jury. « Je n'ai pas que ça à faire, assure Alain Ducasse. Je n'ai vraiment pas le temps. Et cela ne m'intéresse pas [1]. » Anton, qui n'était pas particulièrement partant, a été poussé à participer au jeu par le traiteur Lenôtre, son employeur, propriétaire de son restaurant, le Pré Catelan, qui y a vu une belle occasion de rappeler au public qu'il avait trois étoiles. Ce que confirme l'un de ses proches, restaurateur parisien : « Frédéric m'a dit qu'il n'avait pas eu le choix, qu'il avait dû accepter à cause du groupe Lenôtre dont il est salarié [2]. »

Pour les deux autres personnages du jury, *Masterchef* marque un tournant par rapport à leur trajectoire et à leur respect affiché des traditions. Chef réputé, passé par de grandes maisons, aujourd'hui à la tête de son propre restaurant gastronomique, Yves Camdeborde n'avait pas vraiment besoin de notoriété. « Mais qu'allait-il donc faire dans cette galère ? » se demandent ses amis. Quant à Sébastien Demorand, s'il se félicite aujourd'hui que la cuisine entre dans le champ médiatique, il a toujours été particulièrement critique sur les émissions populaires comme celles de M6 ou de TF1. Lui, le défenseur du travail bien fait, de la patience, des gestes, du goût précis et juste, auteur d'un essai pointu sur l'exigence de la critique gastronomique contemporaine [3], se retrouve désormais ambassadeur d'un programme hyperpopuliste, dont les premières émissions n'ont pas montré une seule recette. Dès les premiers épisodes, on

1. Entretien avec l'auteur.
2. Entretien avec l'auteur.
3. *Les Cuisines de la critique gastronomique*, Bénédict Beaugé et Sébastien Demorand, Seuil, 2009.

Mise en page par Meta-systems
59100 Roubaix

N° d'édition : L.01ELKN000340.N001
Dépôt légal : février 2011